

Inhaltsverzeichnis

I.

Einleitung

II.

Zielsetzung

A.

Problembeschreibung

III.

Vorüberlegungen und Vorbereitung

Verhandlungsgespräch

A.

Vorüberlegungen

B.

Vorgehensweise

IV.

Entscheidung Firma XY

V.

Fazit

VI.

Danksagung

I.

Einleitung

Ein Unternehmen kann seinen Umsatz nicht nur durch höhere Verkaufszahlen steigern, sondern auch und vor allem durch Einsparungen im Einkauf.

Man kann am Markt sowohl durch günstige Preise, Qualität und kurze Lieferzeiten auftrumpfen.

Niedrige Preise und hervorragende Qualität stehen hierbei nicht in Konkurrenz, sondern sind reine Verhandlungssache.

Der Erfolg eines Unternehmens hängt von so vielen Faktoren ab.

Hohe Verkaufszahlen und optimale Produktionsprozesse sind hier nur zwei Faktoren.

Ein gut organisierter, engagierter Einkauf, der sich am Markt auskennt, Verhandlungen mit Lieferanten nicht scheut und immer auf der Suche nach

Verbesserungspotenzialen ist und sich dabei nicht auf bereits Erreichtem ausruht, sondern immer wieder wegen Preisreduzierungen in Verhandlung geht, ist an dieser Stelle besonders wichtig. Weil genau hier das größtmögliche Einsparpotenzial steckt.

Für die Firmen bedeutet das aber auch, dass sie ihre Mitarbeiter in dem jeweiligen Tätigkeitsbereich schulen und weiterbilden müssen.

Außerdem ist es wichtig, diesen Mitarbeitern auch den Rücken in dem Maße freizuhalten, damit diese Tätigkeiten auch ausgeführt werden können.

II. Zielsetzung

Zielsetzung dieser Facharbeit ist es, an einem Beispiel aus der Praxis zu zeigen, wie die in dem Einkäufer-Intervall-Training gelernten Taktiken und Strategien angewendet wurden.

A. Problembeschreibung

Firma XYZ will jedes Jahr eine Preiserhöhung durchsetzen. Der Verkäufer will seine Forderungen zu 100% durchbringen und verweist jedes Jahr auf die Vorgaben des Mutterkonzerns in den USA.

Unsere Jahresumsätze mit dem Lieferanten:

2015: 165.719,-€

2016: 205.302,-€

2017: 237.658,-€

Die Umsatzsteigerung seit 2015 beträgt somit ca.45%.

Wir sind von diesem Lieferanten teilweise abhängig, weil wir für manche Produkte keine Second-Source haben.

Nach erneutem „jährliche Preiserhöhung“-Schreiben trotz enormer Umsatzsteigerung habe ich den Außendienst des Lieferanten und dessen Verkaufsleiter zum Gespräch eingeladen.

III.

Vorüberlegungen und Vorgehensweise des Verhandlungsgesprächs

A.

Vorüberlegungen/ Festlegung der Ziele

Mein angestrebtes Ziel ist ein genereller Rabatt von -20% auf alle Katalogartikel und Kostenreduzierung bei Zeichnungsteilen durch Prozessänderungen und -optimierungen

Ich hatte in der Hinterhand noch ein neues Projekt, bei dem einige Produkte dieses Lieferanten eingesetzt werden könnten.

Durch das Einkäufer-Intervall-Training wusste ich, das ich in diesem Fall nicht mit dem „großen Lieferanten“ verhandeln werde, sondern mit dem Verkäufer und seiner „Provision“, da wir für ihn und in seinem Verkaufsgebiet A-Kunde sind. Das habe ich vorher im Gespräch mit ihm herausgefunden.

Im Vorfeld machte ich mir bewusst, welche starken Argumente ich gegenüber dem Lieferanten habe.

Argumente von mir:

- immense Umsatzsteigerung in den letzten drei Jahren von 45%
- Weiteres Projekt über Gehäuse, das noch nicht entschieden ist.
- Der Lieferant steht aktuell unter Druck, weil ihm ein großes Projekt weggebrochen ist. Dies habe ich durch

seine Konkurrenten bei einem Messebesuch herausgefunden.

-Kundenforderung Projektrabatt; gemeinsames Interesse das Projekt zu bekommen, da wir im selben Boot sitzen.

An dem Treffen am 24.04.2018 haben seitens unserer Firma der Leiter Materialwirtschaft und ich als Einkäufer teilgenommen.

Seitens des Lieferanten waren der bis dato für Firma XY zuständige Vertriebsmitarbeiter, sowie sein Verkaufsleiter anwesend.

B.

Vorgehensweise

Wie bereits im Punkt III. A. beschrieben wurde, war das Ziel eine Preisreduzierung zu erreichen.

Ich wollte nicht mit einem Konkurrenzangebot kommen, da der Lieferant weiß, dass ihre Produkte eingesetzt werden und eine Umstellung unnötige Kosten verursachen würde.

Daher habe ich ihnen die Umsatzsteigerung der letzten Jahre vor Augen gehalten und eine Zukunftsaussicht für das neue Projekt.

Hier machte ich ihnen klar, dass wir im selben Boot sitzen und den Auftrag nur bekommen, wenn wir an einem Strang ziehen und einerseits auf die Preiserhöhung verzichten und im Gegenteil über Rabatte bei den Katalogartikeln reden.

Hierfür habe ich eine Tabelle erstellt mit allen Katalogartikeln, die wir beim Lieferanten bestellen, die Bestellmengen und die Jahresmengen.

-Eine weitere Tabelle habe ich angefertigt für die Zeichnungsteile, ebenfalls mit Bestellmengen und Jahresmengen

-Die Excel-Listen warf ich über den Beamer an die Wand des Besprechungsraums

-Auf das Flipchart habe ich noch verdeckelt meine Forderung für die Katalogteile von 20% und die mögliche Umsatzzahl für das kommende Jahr geschrieben, wenn wir uns einig werden

-Nach einer kurzen Begrüßung und Small Talk ging es mit dem Gespräch über die Preiserhöhung los. Die Argumente gegen ein Aussetzen der jährlichen Preiserhöhung lauteten:

-Vorgabe vom Mutterkonzern in den USA

-Lohnerhöhung

-Rohstoffpreise gestiegen

Durch analytisches Zuhören habe ich herausgehört, dass die Lage für dieses Gebiet aktuell nicht sehr gut ist und Sie dieses Projekt unbedingt für Ihre Zahlen benötigen.

Deshalb wusste ich, dass ich nicht unbedingt von meiner Forderung abweichen muss, um eine Lösung zu finden.

Nach Sichtung meiner Excel-Listen und Diskussion eines Rahmenvertrages über die jeweiligen Jahresmengen, sprach ich meine Forderung von 20% Rabatt aus und unterstrich diese visuell am Flipchart.

Nach kurzer Unruhe bei den Herren und Diskussion, kam ich sofort wieder auf den Punkt und zurück zu meiner Forderung.

Ich machte unmissverständlich klar, dass es den Rahmenvertrag und ein neues Projekt nur unter der Voraussetzung gibt, wenn wir auf alle Katalogartikel generell 20% Rabatt erhalten.
Der Lieferant weiß, dass sie hier nicht die günstigsten sind.

Des Weiteren forderte ich, dass in einem weiteren Treffen beim Lieferanten, über unsere Zeichnungsteile gesprochen werden muss. Hierbei werde ich mit einem unserer Konstrukteure, mit deren Konstrukteuren die Prozesse und Fertigungsverfahren anschauen und versuchen hier Kostensenkungen zu erarbeiten. Hierbei hatte ich schon Erfahrung, weil ich eine Prozessoptimierung ein Jahr zuvor bei einem anderen Lieferanten von Zeichnungsteilen erarbeitet hatte.

Ich merkte wie der Verkaufsleiter langsam einknickte und mir einen Vorschlag unterbreitete:
-Wir setzen die Preiserhöhung für dieses und nächstes Jahr aus und wir erhalten einen Rabatt von 5% auf alle Katalogartikel

Damit war ich nicht zufrieden und beharrte weiterhin auf meiner Forderung.
Zusätzlich brachte ich wieder meine Argumente in das Gespräch ein.
Nach einigen Minuten unterbreitete er mir ein weiteres Angebot:
-10 % Rabatt auf alle Katalogartikel und Lieferung frei Haus

Noch war ich nicht zufrieden und beharrte weiterhin auf dem Rabattsatz von 20%. Ich fühlte, dass hier noch etwas zu holen war.

-Wir machten eine 10 minütige Pause, weil die Herren noch ein paar Dinge mit ihrem Chef klären mussten

-Nach der Pause war es dann soweit. Nach Rücksprache mit ihrem Chef, erhielt ich 20 % Rabatt auf alle Katalogartikel und sie wollten noch nicht einmal einen Rahmenvertrag.

-Die Preiserhöhung wird für die nächsten zwei Jahre ausgesetzt.

-Außerdem erhalten wir ab sofort die Lieferungen frei Haus.

Mit dieser Zusage habe ich in einem normalen Geschäftsjahr eine Einsparung von 18.000 EUR für mein Unternehmen ausgehandelt.

Ich bestätigte dem Lieferanten die verhandelten Punkte nach einem internen Meeting.

Ich persönlich war sehr zufrieden, da es die letzten Jahre nur Preiserhöhungen gegeben hat.

Fazit

Diese Facharbeit hat zum Ziel, das Anwenden des gelernten Stoffes im Laufe des 3x2 Tage Einkäufer-Intervall-Training an einem Praxisbeispiel aufzuzeigen. Hierzu wurden einleitend die wichtigsten Aspekte dieses Trainings angewendet, um sich auf das bevorstehende Verhandlungsgespräch vorzubereiten. Somit wurde z.B.: das neue Projekt, bei dem Produkte des Lieferanten eingesetzt werden, als „Karotte“ dazu benutzt, das bisherige Volumen zu erhöhen. Auch den Verkäufer mit ins Boot zu nehmen, war eine sehr erfolgreiche Methode in diesem Verhandlungsgespräch. Ich habe mein Ziel zu 100% erreicht. Schlussendlich hat das Absolvieren dieses Trainings zu einem spürbaren Erfolg für mein Unternehmen geführt und ich bin mir sicher, dass ich noch viele schwierige und harte Verhandlungen vor mir habe, die ich durch das Anwenden der erlernten Methoden genauso sicher und souverän bestehen werde.

VI.

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei Herrn Matthias Grossmann und Herrn Waldemar Matlok ausdrücklich bedanken, dass sie mir ermöglicht haben, tiefere Einblicke in die Verhandlungsvorbereitung und Verhandlungsführung zu erlangen.